

Bc. Jan Junek

Výzkum médií I - JKM008

25/10/2020

Výtah z textu

What kind of populism? Tone and targets in the Twitter discourse of French and American presidential candidates.

Autoři: Maurer, Peter

Diehl, Trevor

Zdroj: European Journal of Communication. Oct2020, Vol. 35 Issue 5,
p453-468. 16p.

Dostupné online: <https://journals-sagepub-com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/pdf/10.1177/0267323120909288>

Klíčová slova: Automatizovaná analýza obsahu, komparativní, Francie,
populismus, komunikace, prezidentské volby, Twitter,
Spojené státy

V úvodu své stati, jejíž název lze volně přeložit jako “Druhy populismu. Zabarvení a cíle Twitterového diskurzu amerických a francouzských prezidentských kandidátů.” shrnují autoři nejaktuálnější vývoj v užití populistické rétoriky v sociálních médiích. Shrnují, že ve na základě citovaných studií je třeba rozlišovat podtypy populistického stylu komunikace.

Na základě předchozích studií se autoři snaží odhlédnout od prostého dělení na populistickou a ne-populistickou komunikaci, ale nahlíží na populistickou komunikaci jako na prázdný obal, jež lze naplnit širokou škálou “...*hodnot, motivací a potenciálních výstupů...*” podle libovolného ideologického základu.

Autoři zkoumají Twitterové příspěvky Amerických a Francouzských prezidentských kandidátů (Donald Trump, Hillary Clinton a Bernie Sanders, resp. Emmanuel Macron, Marine Le Pen a Jean-Luc Mélenchon) v rozmezí třinácti měsíců před konáním příslušných prezidentských voleb (8. listopadu 2016 a 7. května 2017) na celkovém počtu 25 825 příspěvků.

Analýza je založena na využití seznamů klíčových slov, využívaných v populistické rétoriky ve vztahu k obecným pojmům “elita” a “lid”, ke vnímanému ohrožení (zejm. proti-imigrační rétorika) a pozornost věnuje i celkovému zabarvení příspěvků.

Americké a Francouzské prezidentské volby, navzdory rozdílné politické kultuře, nabízí podobný druh souboje a byly proto vybrány pro přímé srovnání.

Součásti populistického diskurzu

Populistický diskurz je dle autorů “kompletní”, pokud je postavený zároveň na vymezení “lidu” vůči “elitám”, nebo rovnou vůči “systému” jako takovému, doplněný o kritiku imigrace.

Politik komunikující “kompletní populismus” pak zejména kombinuje různé druhy vnímaných “elit” (politických, ekonomických, intelektuálních) na s vlastním ideologickým základě.

Užití termínu “politických elit” očekávají spíše od kandidátů přicházejících vně politiky, případně od kandidátů stojících na jejím okraji (krajní levice a pravice), užití emocionálně zabarvené rétoriky pak očekávají zejména v případě ohrožení, případně krizí.

Populistický diskurz v sociálních médiích

Vše výše zmíněné pak lze dle autorů cílové skupině nesnadněji komunikovat prostřednictvím sociálních sítí, přímo a bez zkreslení. Na základě nedávných studií pak také autoři upozorňují, že prvky populistického diskurzu lze najít v příspěvcích Evropských politiků napříč spektrem. Ačkoliv jsou běžné spíše u příslušníků extremistických stran, nejsou výjimkou ani u opozice. Mezi extremisty lze pak jako “kompletní populisty” vnímat spíše jednotlivce jako Marine Le Pen, Nigel Farrage a Silvia Berlusconiho.

Podtypy populismu

Autoři očekávají, že podle svého základního ideologického zaměření budou kandidáti využívat různé variace témat. Ti z levé části spektra se zaměří na ekonomické elity a témata nerovnosti, kandidáti z pravého okraje pak budou spíše napadat politické instituce, nežli ekonomický status quo.

Pravicoví a národovečtí kandidáti v západních zemích vnímají jako zásadní téma imigrace a budou tedy pravděpodobně nabízet program blíže “kompletnímu populismu” Kandidáti stojící vně establishmentu pak patrně svou pozornost soustředí k tématu práva “lidu” na rozhodování.

Autoři vyslovují následující hypotézy:

H1 Konzervativní nebo pravicoví kandidáti budují diskurz založený na konfliktu mezi občany a vládnoucí liberální (kulturní a politickou) elitou.

H2 Levicoví kandidáti staví na konfliktu mezi občany a ekonomickou elitou. Častěji se v Tweetech zaměřují na ekonomickou elitu.

H3 Pravicoví kandidáti staví na konfliktu mezi majoritou a etnickými skupinami. Budou klást důraz na témata imigrace a ochrany hranic.

H4 Diskurz kandidátů na okrajích politického spektra se zaměřuje více na potřeby občanů, než kandidáti stojící v jeho středu (Macron), a konečně

H5 Kandidáti vymezující se vůči vládě z pozice levice či pravice (Trump, Sanders, Le Pen, Mélenchon), musí být kritičtější vůči vládě a pozitivnější vůči občanům, než kandidát, vymezující se vůči vládě z politického středu (Macron)

“Protestní kandidáti” Francouzských a Amerických Prezidentských voleb

Ve Francouzských i Amerických volbách se projevil vzestup kandidátů, prezentujících se jako vůdci nových politických hnutí (Donalda Trumpa, Bernieho Sanderse, Marine Le Pen, Jean-Luca Mélenchona and Emmanuela Macrona), kteří tím chtěli zejména podpořit svou image kandidáta stojícího vně stávajícího politického systému.

Twitter pak podle autorů hraje v obou zemích klíčovou roli i v dalším prohlubování politické polarizace a tvorbě nových politických hnutí.

Metodologie

Vzorek

Výzkum je založen na datech ze vzorku 25 825 Tweetů, pro zjednodušení omezených časovým obdobím třinácti týdnů kolem prezidentských voleb ve Francii (7.5.2016 -

7.6.2017) a ve Spojených státech (8.11.2015 - 8.12.2016), pocházejících z oficiálních účtů kandidátů (včetně počtů sdílení, lajků, re-tweetů a odpovědí na Tweet)

Nástroje a metody

Tweety jsou rozdělené podle odkazů na “lid,” “elity,” a podle zabarvení. Vyšší počet odkazů na některý z termínů indikuje populistické tendence. Dalším z indikátorů je současné použití emocionálního zabarvení.

Analýza kombinuje dva přístupy využívající kombinace klíčových slov a automatizovanou analýzu obsahu. Autoři sestavili dva specifické slovníky pro Francouzštinu a Angličtinu, které následně testovali na kontrolním vzorku a následně ověřovali. Identifikovali tak specifické výrazy a idiomy, související s vymezením vůči klíčovým tématům (“elity”, “lid”, imigrace) Autoři mají za dále to, že kromě vyloženě pejorativních a generalizujících termínů je třeba rozlišovat i jemné rozdíly v zabarvení jednotlivých příspěvků ke sledovaným tématům. Slovníky byly ověřeny na kontrolním vzorku 1500 Tweetů.

Zabarvení (sentiment) s pomocí nástroje Lexicoder Sentiment Dictionary, kombinováním několika existujících slovníků a s využitím skutečnosti, že nástroj obsahuje slovníky v anglickém i Francouzském jazyce, které autoři doplnili o specifické termíny, umožňující pozitivní, či negativní zabarvení příspěvku.

Jednotak analýzy je příspěvek o rozsahu 140 znaků (1 Tweet). Komentáře nejsou započítávány. Slovníky jsou rozděleny do pěti podkategorií: Politická elita, Korporátní elita, Mediální elita, Lid, Imigrace.

Výsledky výzkumu

Cíle

V souladu s první hypotézou obrací oba pravicoví kandidáti (Le Pen, Trump) svou pozornost k politickým elitám.

V souladu s druhou hypotézou se naproti tomu levicový kandidát Bernie Sanders zaměřuje na elitu ekonomickou, stejně jako Hillary Clinton, což dodává její kampani lehce levicový charakter. Na rozdíl od nich (a nejvíce ze všech kandidátů) Trump cílí na média. Sanders a Marine Le Pen pak souhlasně často užívají odkazy na “lid.”

Marine Le Pen a Donald Trump pak potvrzují i třetí hypotézu, když ve svých příspěvcích absolutně i relativně nejčastěji zmiňují imigraci.

V souvislosti se čtvrtou hypotézou je zajímavé zjištění, že centristický Macron je ve svých příspěvcích více zaměřen na problémy lidí, než levicový kandidát Mélenchon, což je ale pravděpodobně způsobeno i svérázem páně Mélenchona, který pro některá klíčová slova používá jiné obraty (za všechny “gens” oproti obecně používanému “peuple”)

Dodatečná analýza prokázala i statisticky důležitý rozdíl v četnosti užití odkazů ke kategoriím “elita”, “lid” a “imigrace” Díky ní můžeme označit diskurz Bernieho Sanderse jako jediný levicově-populistický, zatímco Marine Le Pen se jediná profiluje jako “Kompletně populistická” kandidátka.

Cíle a zabarvení

V další části autoři kombinují použití klíčových slov a použití emocionálního zabarvení.

Zde je patrné zejména pozitivní zabarvení příspěvků obsahujících termín “lid” u Donalda Trumpa, negativní zabarvení příspěvků týkajících se politické elity pak u Trumpa, Sanderse, Melenchona i Le Penové.

U ekonomické elity jsou pak negativní převážně Sanders a Clintonová, zatímco Trump tuto kategorii zmiňuje zásadně pozitivně a francouzští prezidentští kandidáti jsou v průměru pozitivní a významně se od sebe neliší. V zásadě lze říci, že kombinovaná analýza víceméně potvrzuje první tři hypotézy, když Marine Le Pen zásadně negativně referuje i o imigraci.

Politici, u kterých autoři očekávají nepopulističtější postoje vzhledem k jejich pozici na politické mapě (Trump, Sanders, Le Penová) se výrazně odlišují od liberálních oponentů pokud jde o pozitivní rámování témat občanů ("lidu"). A negativního rámování témat "elit". Tím poskytují zásadní podporu i poslední, páté, hypotéze.

Diskuze

V závěrečné části svého textu autoři diskutují účinnost použité metody a potvrzují stanovené hypotézy jako platné. Dále rozebírají jednotlivé aspekty a specifika kampaní jednotlivých kandidátů z hlediska jejich ideologických základů a popisují prvky populistického diskurzu v kampaních použité.

Autoři také seznávají, že, přes řadu výhod, nedokáže automatizovaná kvantitativní analýza tohoto druhu zachytit veškeré nuance ve vyjadřování jednotlivých sledovaných autorů, jakož ani číst mezi řádky politických prohlášení.

Autoři však vyjadřují naději, že navzdory svým limitům, může výzkum položit základ budoucím studiím a prokázal, že existuje celá škála postojů mezi hrubě populistickým a ne-populistickým.